

Sumário

<i>Agradecimentos</i>	9
<i>Sobre os autores</i>	11
<i>Apresentação da coleção</i>	15
<i>Apresentação da face</i>	21
<i>Ensaio</i>	27
<i>Capítulo 1 – Construção social do management: o papel da mídia acadêmica e seus impactos na cultura das organizações</i>	31
<i>Maria José Tonelli</i>	
<i>Capítulo 2 – A construção de sentido sobre “quem somos” e “como somos vistos”</i>	53
<i>Ana Luisa de Castro Almeida</i>	
<i>Capítulo 3 – Culturas e identidades nas organizações: interdependências na expressão de significados</i>	71
<i>Alexandre de Pádua Carrieri</i>	
<i>Alfredo Rodrigues Leite da Silva</i>	

<i>Capítulo 4 – As culturas de uma organização cultural</i>	<i>87</i>
<i>Luiz Alex Silva Saraiva</i>	
<i>Alexandre de Pádua Carrieri</i>	
<i>Capítulo 5 – A dinâmica política da cultura organizacional em um ambiente institucionalizado</i>	<i>99</i>
<i>Suzana Braga Rodrigues</i>	
<i>Capítulo 6 – Internacionalização de organizações: propostas de análise à luz da cultura</i>	<i>131</i>
<i>Eda Castro Lucas de Souza</i>	
<i>Cristina Castro-Lucas</i>	
<i>Renato Fenili</i>	
<i>Capítulo 7 – Vivência intercultural: culturas, identidades e interpretações</i>	<i>151</i>
<i>Maria Ester de Freitas</i>	
<i>Estudo de caso – Odebrecht: a comunicação como fator de unidade de pensamento e ação</i>	<i>171</i>
<i>Márcio Polidoro</i>	
<i>Roteiro para análise</i>	<i>183</i>
<i>Marlene Marchiori</i>	